

Tilburg University

Economische psychologie

Verhallen, T.M.M.

Published in:
De Psycholoog

Publication date:
1977

[Link to publication in Tilburg University Research Portal](#)

Citation for published version (APA):
Verhallen, T. M. M. (1977). Economische psychologie. *De Psycholoog*, 12(1), 14-23.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

ECONOMISCHE PSYCHOLOGIE

TH. M. M. VERHALLEN

„Hoe nieuw is Economische Psychologie?”

Vanaf medio '72 bestaat aan de Katholieke Hogeschool te Tilburg Economische Psychologie als afstudeerrichting.

Deze studierichting is nieuw voor Nederland, wel bestaan er aanverwante gebieden als consumentenpsychologie, voorlichtingskunde en marktkunde. Ook verder in Europa wordt alleen in Stockholm Economische Psychologie als hoofdvak binnen de psychologieopleiding gegeven.

Wel wordt aan nog een tiental instellingen voor Universitair Onderwijs Economische Psychologie bedreven, maar steeds vanuit een economische subfaculteit.

„Wat is Economische Psychologie: een veld binnen de psychologie of een interdisciplinair gebied?”

Naar onze opvatting is het een psychologie en geen interdisciplinair gebied. Het is psychologie: Ten eerste, omdat het zich bezighoudt met de bestudering van gedrag van individuen onder het aspect van fundamentele psychologische variabelen als perceptie, motivatie, leren, e.d.

Ten tweede zijn de methoden die daarbij gehanteerd worden van psychologische origine: laboratoriumexperimentatie en interviewtechnieken als dataverzamelingsmethoden, schaaltechnieken, multivariate correlatieve technieken als analysemethoden.

Kortom de benadering is de gangbare binnen de psychologie, terwijl economen, welke dezelfde problemen bestuderen, van oudsher een modelmatige, meer deductieve benadering voorstaan.

„Waarmee houdt Economische Psychologie zich bezig?”

Economische Psychologie kan (zie fig. 1*) op twee wijzen onderverdeeld worden: Allereerst op basis van de aard van het gedrag waar het zich mee bezighoudt in actief en opgeroepen economisch gedrag.

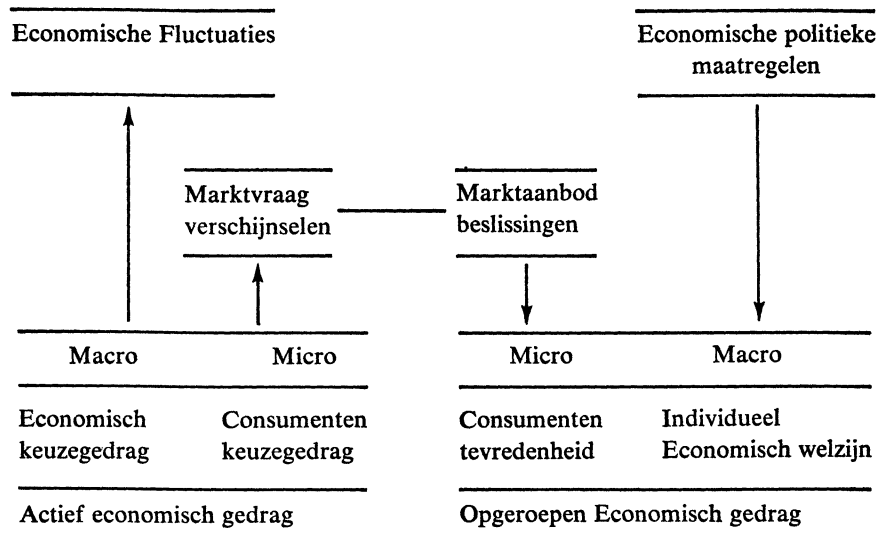
Onder actief wordt verstaan dat gedrag, wat direct van invloed is op economische verschijnselen.

In het andere segment wordt gedrag bestudeerd als afhankelijk van, opgeroepen door economische verschijnselen.

Afhankelijk van de wijze waarop dit gedrag in de economische kringloop terecht komt kunnen we een verdere onderverdeling aanbrengen in micro en macro gedrag, analoog aan de indeling welke in de Economie gebruikelijk is.

* Figuur 1 is mede ontleend aan een in voorbereiding zijnde boek van prof. dr. G. M. van Veldhoven: *Economische Psychologie*.

Figuur 1



„Actief” economisch gedrag

Actieve micro economische gedragingen zijn: produkt- en merkkeuze, winkelgedrag, merktrouw en herhalingsaankopen, innovatief gedrag.

De afhankelijken van dit type gedrag zijn marktkarakteristieken: relatieve marktaandelen, veranderingen in de vraag naar produkten en diensten.

De gedragscategorieën welke onder het hoofdje actief macro economisch gedrag ondergebracht kunnen worden zijn: sparen, investeren, verzekeren, verdienen, consumeren, e.d.

Economische verschijnselen, welke hiervan als afhankelijke gezien kunnen worden, zijn: inflatie, recessie, welvaart, e.d.

„Opgeroepen” economisch gedrag

Ook het economisch gedrag wat opgeroepen wordt door economische variabelen kan onderverdeeld worden in micro en macro gedrag, wederom op basis van de herkomst van de, nu onafhankelijke, economische variabelen.

Zo kan de evaluatie van het marktaanbod, de consumententevredenheid met produkten en diensten, de evaluatie van produktinformatie in het micro blok geplaatst worden.

De evaluatie van algemene economische maatregelen, zoals inkomensverdeling, belasting, rentestand en de beleving van de totale economische welvaart: het welzijn wat beleefd wordt, kunnen in het macro blok geplaatst worden.

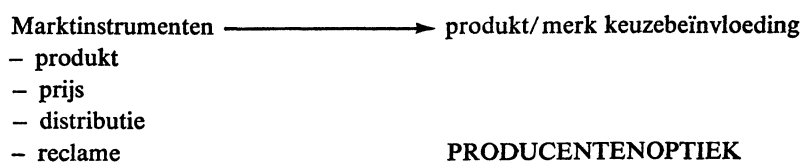
Consumentenkeuzegedrag

Van oudsher is de relatie van individueel gedrag met marktverschijnselen, het consumentengedrag, het meest onderzochte gebied. De *economische* theorie over het consumentengedrag bleek het eerst een gedragswetenschappelijke onderbouwing te behoeven. Zonder hier uitvoerig op deze economische theorie van het consumentengedrag in te gaan, kan geconstateerd worden dat de hieraan ten grondslag liggende psychologische assumpties: volledige geïnformeerdeheid, nuts-maximalisatie in keuzegedrag, tesamen het rationele mensmodel vormend als eerste punt van kritiek zijn geworden.

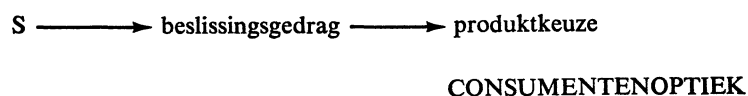
Bij concrete consumentengedragsproblemen is hier dan ook de empirische weg bewandeld. Meestal is echter vanuit de optiek van de ondernemer, welke meer inzicht wilde in de vraag naar zijn produkt of dienst, onderzoek naar de consument verricht. Centraal daarbij is de vraag hoe de produkt- en merkkeuze van de consument te beïnvloeden middels de hantering van de zogenaamde markt-instrumenten: kortom hoe kan middels de presentatie en promotie van markt-goederen de consumentenvraag vergroot worden.

Figuur 2

A. Consumptief gedrag als functie van marktinstrumenten



B. Consumptief gedrag als beslissingsgedrag



Gaandeweg heeft deze uitgebreide en produkt specifieke onderzoeksliteratuur de aanzet gevormd tot een meer geïntegreerde en neutralere benadering van consumentengedrag. Theorieën als van J. A. Howard en J. N. Sheth ('69) en van F. M. Nicosia ('66) kunnen we hiervoor als voorbeeld noemen.

Parallel hieraan heeft de opvatting veld gewonnen dat de bestudering van de consument als actief, uit zichzelf handelend individu legitiem is. De beslissingsprocesbenadering is daar het concrete resultaat van (zie o.a. F. Hansen, '72).

In laatstgenoemde opvatting, welke op dit moment dominant is bij de wetenschappelijke bestudering van consumentengedrag, wordt consumptief gedrag niet louter gezien als functie van marktinstrumenten. Hierbij wordt de gedragsaanzet gelegd in een door een individu waargenomen probleem.

Een probleem kan hier gedefinieerd worden als een discrepantie tussen een huidige en een gewenste toestand. Voor de oplossing van dit probleem kan overleg gepleegd worden, bijvoorbeeld binnen het gezin. Daarna kan verder in-

formatie gezocht worden omtrent de verschillende probleemoplossingsmogelijkheden. Vervolgens vindt de evaluatie van keuzealternatieven plaats welke uitmondt, middels het keuzeproces in een beslissing en tot slot in de (on)tevredenheid daarmee.

Zoals bij het voorgaande al wel duidelijk zal zijn geworden, behoeft niet bij iedere keuze het beslissingsproces in zijn totaal doorlopen te worden. Bij onbelangrijke of gewoontebeslissingen kunnen fasen van het proces overgeslagen worden, kan bijvoorbeeld geen informatie ingewonnen worden. Daarnaast is het mogelijk dat teruggekeerd wordt naar eerdere fasen, wanneer bijvoorbeeld geen van de keuzealternatieven voldoet, kan opnieuw informatie worden gezocht. Het belang van deze beslissingsprocesbenadering is driedig:

Ten eerste is het hiermee mogelijk diverse invloeden op economisch gedrag, zoals massa-communicatie, sociale interactie in de informatiefase, marktaanbod en risico-perceptie in de evaluatie- en keuzefase in dit kader onder te brengen. Daarnaast zijn diverse deeltheorieën uit de psychologie met betrekking tot arousal bij probleemherkenning, problem-solving e.d. zo eveneens in één geïntegreerd kader onder te brengen.

Ten tweede: de economie houdt zich bezig met de bestudering van het aanwenden van schaarse middelen, wat keuzegedrag impliceert. De vanuit de economie ontwikkelde normatieve modellen met betrekking tot keuzegedrag, welke gebouwd zijn op assumpties met betrekking tot gedrag, kunnen vanuit deze benadering direct onderbouwd worden, realistischer gemaakt worden.

Ten derde biedt deze benadering de mogelijkheid om door onderzoek naar informatieverwerking en keuzegedrag het perspectief van de consument op marktverschijnselen te benadrukken. Zo blijkt uit recent onderzoek (W. F. van Raaij, '77) naar de invloed van: hoeveelheid, structuur en aanbiedingswijze van informatie op keuzestrategieën van de consument, het aloude „meer informatie is beter” tegen te spreken.

Toepassingsmogelijkheden van onderzoek naar informatieverwerking en keuzegedrag zullen criteria voor informatieve etikettering op kunnen leveren.

Daarnaast biedt dit type onderzoek mogelijkheden bij de begeleiding van consumentenvoorlichting en consumentenopvoeding.

Consumententevredenheid

Het „opgeroepen” economisch gedrag wat we in het micro- of marktcircuit ontmoeten: de consumententevredenheid zal vervolgens behandeld worden.

Vooraf een opmerking over beslissingen zoals deze door producenten getroffen worden.

Marktaanbodbeslissingen zullen volgens het moderne marketing-concept gebaseerd dienen te zijn op het zo goed mogelijk voorzien van de consument, het op „de markt” afgestemd zijn. Als lange termijn doelstelling zal dit inderdaad redelijk parallel lopen met het consumentenbelang. Echter op korte termijn zullen randvoorwaarden, als de winstgevendheid van een produkt, dermate dominant zijn dat de tevredenheid van de consument in de praktijk niet zo centraal staat als de theorie wel luidt.

De ontevredenheid van consumenten met het marktaanbod en de informatie daarover (Kritiek op de reclame) is dan ook de ontstaansgrond geweest voor de „consumentenbeweging”, welke als gericht tegen de huidige wijze van marktvoorziening opgevat dient te worden.

Dit verschijnsel is betrekkelijk nieuw, eind 60’er jaren ontstaan. Deze consumentenbeweging, dit protest, wordt enerzijds opgevat als een algemene anti-consumptie houding, anderzijds als een verzameling van concrete consumentenklachten (F. Ölander en H. Lindhoff, ’76). Onderzoek naar de wortels van beide stromingen zal ongetwijfeld effect sorteren in de sfeer van consumentenbescherming en consumentenbelangenbehartiging.

Het Micro-deel afsluitend kunnen we constateren dat er in belangrijke opzichten bij de bestudering van consumentengedrag verschuivingen plaatsvinden. De consumentenoptiek zal zowel in de theorievorming als in maatschappelijk opzicht terrein winnen en vruchten afwerpen.

Macro-economisch gedrag

Het economisch gedrag wat we in het Macro-circuit tegenkomen betreft in tegenstelling tot het Micro-circuit niet concrete producten of merken, maar categorieën ervan. Gedragingen als sparen, consumeren, werken e.d. zijn de entiteiten welke we daar ontmoeten.

Twee auteurs zijn met betrekking tot het actieve economische gedrag met name relevant. Dit zijn G. Katona en D. McClelland.

Katona wordt wel de grondlegger van de Economische Psychologie genoemd. Hij was de eerste die de invloed van psychologische variabelen, met name attitudes en aspiraties op economische fluctuaties aantoonde.

De door hem geconstrueerde attitude-index, de Index for Consumer Sentiment geeft de algemene houding van de consumenten ten aanzien van de economische situatie weer. Deze index blijkt een betere voorspelling van economische fluctuaties, zoals het gebruik van consumentencrediet, de aankoop van duurzame consumentengoederen e.d. op te leveren dan op basis van alleen economische variabelen: inkomen, prijzen e.d. mogelijk is. Belangrijker dan dit concrete resultaat is echter het psychologische uitgangspunt wat aan de gedachtengang van G. Katona ten grondslag ligt (zie o.a. G. Katona, ’76).

Als voorbeeld is in figuur 3 de traditionele economische verklaring met betrekking tot het effect van inflatie op spaargedrag gesimplificeerd weergegeven. De economische benadering van verschijnselen als inflatie is mechanistisch van aard. De achtergrond hiervan is de rationele mensopvatting.

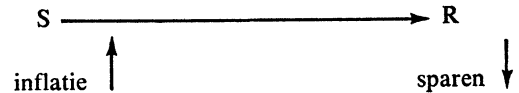
De rationele mens onderkent volgens deze opvatting de waardevermindering van geld (koopkracht) onder invloed van de inflatie.

Hij zal zijn „nut” maximaliseren en dus vluchten in de aankoop van goederen. Dit betekent dat de spaarhoeveelheid af zal nemen.

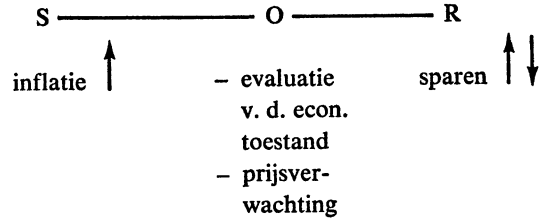
Daaronder, nogmaals gesimplificeerd weergegeven, de gedachtengang van G. Katona. Een individu zal volgens hem afhankelijk van de perceptie van inflatie reageren. Wordt inflatie gezien als een concrete prijsverhoging, een aantasting van de koopkracht, dan wordt de economische redenering gevolgd en zal de spaarhoeveelheid afnemen.

Figuur 3

Traditionele
Economie



Katona



Wordt inflatie echter gepercipieerd als „iets slechts”: een slechte tijd om te kopen, dan zal de spaarhoeveelheid, als bufferfunctie om eventualiteiten op te vangen, toenemen.

F. Th. Juster en P. Wachtel ('72) hebben aan de hand van onderzoeksmateriaal over een twaalfjarige periode ('60-'71) het gelijk van G. Katona aangetoond: de samenhang van inflatie en sparen bleek positief.

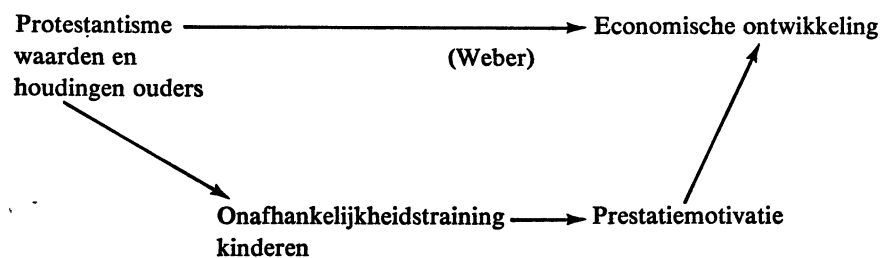
G. Katona's argumentatie, overigens steeds op basis van onderzoeksmateriaal, centreert zich steeds rond het belang van de O in het model; ofwel de psychologie, en dan géén mechanistische psychologie, in de economie.

Getuige recente publikaties van economen als T. Scitovsky ('74): *Are men rational or economist wrong*, B.M.S. van Praag ('71): *De mens in de Economie* en A. Pais ('75): *Prijsverwachtingen en consumentengedrag* beide laatsten zijn Nederlandse economen, vindt een dergelijke psychologische benadering meer en meer gehoor in economenkring.

De tweede belangrijke bijdrage met betrekking tot de invloed van psychologische variabelen op macro-economische verschijnselen komt op naam van D. McClelland.

Vanaf de jaren '60 onderzocht deze het effect van prestatiemotivatie op economische ontwikkeling (zie o.a. D. McClelland, '60).

Figuur 4



Het model van D. McClelland is bovenstaand schematisch weergegeven. Weber legde al de relatie tussen het protestantisme en de opkomst van het kapitalisme, de opkomst van economische ontwikkeling.

D. McClelland heeft daarna aangetoond dat niet zozeer het protestantisme maar de daarmee samenhangende benadrukking van het prestatiemotief de economische ontwikkeling op gang heeft gebracht.

Een voorbeeld van een in deze lijn verricht onderzoek is de aanwezigheid van prestatiemotieven in literatuur *voorafgaand* aan de opkomst van naties als Engeland en het oude Griekenland.

Volgens D. McClelland wordt in de opvoeding, met name in de onafhankelijkheidstraining van kinderen, de basis gelegd voor het aanleren van het prestatiemotief.

Prestatiegemotiveerden blijken vervolgens middels beroepskeuze en arbeidsinzet een grotere bijdrage in de economische activiteit en daarmee de economische ontwikkeling te leveren.

Beiden G. Katona en D. McClelland hebben ieder op eigen wijze de invloed van psychologische variabelen op macro-economische verschijnselen aangetoond.

Typerend ander onderzoek in dit veld betreft spaargedrag, het arbeids- versus vrije tijdsprobleem, de werkende gehuwde vrouw en arbeidsmobiliteit.

Echter buiten het veld dat G. Katona en D. McClelland beslaan is de hoeveelheid onderzoek in dit macro-gebied betrekkelijk gering, zeker in verhouding met de consentengedragsliteratuur.

Dit gevoegd bij het feit dat dit jaar voor het eerst de Europese Economische Psychologen elkaar als groep, overigens in Tilburg, hebben ontmoet, tekent wel de jeugd van dit gebied.

Individueel economisch welzijn

Met betrekking tot het laatste veld: de evaluatie van economische maatregelen en welvaart vindt de laatste jaren een zeer snelle uitbreiding van onderzoeksliteratuur plaats.

Onderzoek zowel naar de evaluatie van concrete economische verschijnselen, zoals de inkomensvredigheid, als naar de relatie welvaart – welzijn is, nu het einde van economische groei in zicht is gekomen, sterk in opkomst.

Zo wordt in Nederland op dit moment door B.M.S. van Praag en A. Kapteyn, overigens economen, onderzoek verricht naar de evaluatie van loonsverhogingen.

Onderzoek naar de situatie van de laagstbetaalden heeft al een langere traditie. Recentelijk echter vindt daarbij uitbreiding plaats naar de psychologische componenten van armoede (G. Gurin & P. Gurin, '70), als ook naar het effect van armoede op economisch gedrag (Th. M. M. Verhallen, '75).

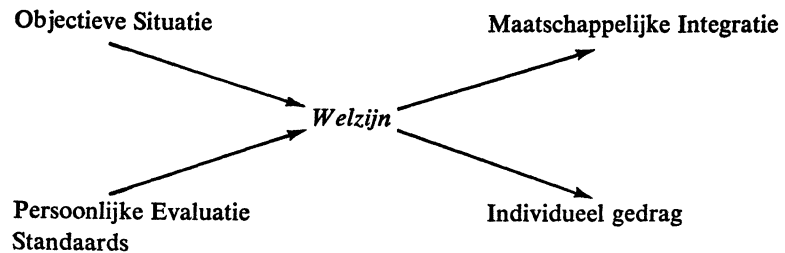
De start van onderzoek naar de relatie tussen welvaart en welzijn is gelegd door R. A. Easterlin in zijn in '74 verschenen publikatie *Does Economic growth improve the human lot?: some empirical evidence*. Hierin toonde hij aan, in een onderzoek in 15 landen – ontwikkelde zowel als onderontwikkelde – dat de welvaart in een land vrijwel onafhankelijk is van het welzijn wat door de burgers beleefd wordt.

Welvaarts- ofwel inkomensverschillen binnen éénzelfde land bleek wel van invloed te zijn op het welzijnsgevoel.

„Rijkere” mensen blijken gelukkiger dan armen. Enige voorzichtigheid met betrekking tot deze resultaten is in verband met methodologische problemen, met name de meting van „geluk” op zijn plaats.

Het meest-omvattende onderzoek met betrekking tot economisch welzijn is afkomstig van B. Strumpel ('76). Onderstaand is zijn onderzoeksmodel weergegeven.

Figuur 5



De beste beoordelaar voor welzijn is volgens Strumpel het individu zelf: welzijn is subjectief.

In zijn model komt het beleefde welzijn tot stand doordat een individu zijn objectieve situatie vergelijkt met een evaluatiestandaard.

Deze vergelijking kan zijn:

- a. met zichzelf, in het verleden;
- b. met relevante anderen, uit zijn omgeving;
- c. ten opzichte van een intrinsieke standaard, de mate waarin belangrijke waarden voor een individu bereikbaar zijn.

Beide laatste vergelijkingen, ten opzichte van anderen en met name het waarde-systeem van een individu, bleken van belang voor het beleven van welzijn. De relatie tussen welzijn of omgekeerd ontevredenheid en het zich inzetten voor de maatschappij, in feite weer een terugkoppeling naar actief economisch gedrag, is vooralsnog minder duidelijk. Onderzoek hiernaar valt echter op korte termijn te verwachten.

Een van de vragen, welke na deze „Economische Psychologie in vogelvlucht” een antwoord behoeft, is naar de betekenis van Economische Psychologie.

Deze vraag laat zich in drie delen beantwoorden:

1. Voor de psychologie ligt hier een veld open waar de „hardheid” van het gedrag, met name koopgedrag, een dankbaar criterium is voor toetsingen van theorieën uit met name de Cognitieve en Sociale Psychologie en de Persoonlijksleer. Zo wordt bijvoorbeeld het persoonlijkheids- en situatieprobleem, het tekortschieten van de trek-benadering bij de voorspelling van gedrag, binnen de vakgroep door prof. dr. G. M. van Veldhoven, in het consumptief vlak onderzocht. Zo ook zijn attitudemodellen, met name het model van Fishbein, binnen economisch gedrag getoetst en verder ontwikkeld. Daarnaast zal de Economische Psychologie bij onderzoek naar „nieuwe” probleemvelden als „schaarste”, „keuze” en „transactie” eigenstandige bijdragen aan de psychologie kunnen leveren.
2. De betekenis van Economische Psychologie voor de Economie is nog niet te overzien. Het perspectief van het menselijker maken van de Economie kan variëren van een „hulp bieden” bij economische voorspellingen en interpretaties tot een fundamentele bezinning op en verandering van Economie-beoefening.
3. De maatschappelijke betekenis van Economische Psychologie zie ik tweeledig:
 - a. Op korte termijn kan in de consumentensfeer het belang van de consument gediend zijn met inzichten en toepassingen van consumentenonderzoek middels consumentenbescherming en -voorlichting. Evenzeer kan op korte termijn concreet onderzoek als naar de positie van de werkende gehuwde vrouw, de beleving van werkloosheid en dergelijke, betrokkenen van dienst zijn.
 - b. Op langere termijn kan Economische Psychologie mogelijk een bijdrage leveren aan inzicht in economische omgevingsvariabelen. Het verbeteren van het economisch milieu waar ieder van ons telkenmale mee geconfronteerd wordt, vormt daarbij het perspectief.

Literatuur

- Easterlin, R. A.: Does Economic growth improve the human lot?: Some Empirical Evidence. In: David, P. A. & Reder, M. W.: *Nations and households in economic growth*. New York: Academic Press, 1974.
- Gurin, G. & Gurin, P.: Expectancy Theory in the Study of Poverty. In: *Journal of Social Issues*, 26 (2), 1970.
- Hansen, F.: *Consumer Choice Behavior: a cognitive approach*. New York: The Free Press, 1973.
- Howard, J. A. & Sheth, J. N.: *The Theory of Buyer Behavior*. New York: Wiley, 1969.
- Juster, F. Th. & Wachtel, P.: *Inflation and the Consumer*. Brookings Papers on Economic Activity, 1 (1972). p. 71-114.
- Katona, G.: *Psychological Economics*. Amsterdam: Elsevier, 1976.
- McClelland, D.: *The Achieving Society*. Princeton, New Jersey: van Nostrand Co., 1960.
- Nicosia, F. M.: *Consumer Decision Processes: Marketing and Advertising Implications*. Englewood Cliffs; N. Y.: Prentice-Hall, 1966.

- Olander, F. & Lindhoff, H.: Consumer Action Research: a review of the consumerism literature and suggestions for new directions in research. In: *Social Science Information*, 14 (6), 1976, p. 147-184.
- Pais, A.: *Prijsverwachtingen en Consumentengedrag*. Leiden: Stenfert Kroese B. V., 1975.
- Praag, B. M. S. van: *De mens in de economie*. Leiden: Stenfert Kroese B. V., 1971.
- Praag, B. M. S. van & Kapteyn, A.: Further evidence on the individual Welfare function of income: an empirical investigation in the Netherlands. In: *European Economic Review*, 4 (1973), p. 33-62.
- Raaij, W. F. van: *Consumer Choice Behavior: an information processing approach*. Voorschoten: VAM, 1977.
- Scitovsky, T.: Are men rational or economist wrong? In: David, P. A. & Reder, M. W.: *Nations and Households in Economic Growth*. New York: Academic Press, 1974.
- Strumpel, B.: *Economic Means for Human Needs*. Ann Arbor, Michigan: Institute for Social Research, 1976.
- Veldhoven, G. M. van: *Ekonomische Psychologie*. In voorbereiding.
- Veldhoven, G. M. van: *Persoonlijkheid en Individueel Economisch Gedrag*. Tilburg, *inaugurale rede*, 1973.
- Verhallen, Th. M. M.: Het beslissingsproces bij laagstbetaalden. In: *Gedrag*, 3 (6), 1975.